BUDUREASCA



www.budureasca.ro

2

Budureasca, vinuri nobile renăscute din tradiție




ROSE
SEC
ROSE
SEC

Compania deține unul dintre cele mai moderne complexuri de vinificație și stocare din țară

Vinurile Budureasca sunt unele dintre cele mai cunoscute și apreciate în România. Cu una dintre cele mai noi și mari crame din țară, specialiști care s-au alăturat societății pentru a oferi cele mai bune produse clienților, precum oenologul Stephen Donnelly, și produse de top, compania a urcat pe primele locuri în preferințele românilor pasionați de vinuri de calitate.

Directorul executiv Budureasca, Olga Miloiu, ne-a povestit, într-un interviu dedicat, despre istoria vinurilor companiei, planurile de viitor și, nu în ultimul rând, strategia Budureasca cu ajutorul căreia a ajuns în topul preferințelor românilor.



- **Povestiți-ne, vă rugăm, care au fost cele mai importante momente din istoria companiei, de la lansare și până acum.**

Budureasca a fost lansată în anul 2009, iar unul din momentele de mare importanță a fost, fără îndoială, alegerea numelui. Originea numelui pleacă de la vestigiile dacice descoperite în situl arheologic din apropiere, ce poartă același nume – Budureasca - și care face dovada faptului că localnicii se îndeletniceau cu cultivarea viței de vie și producerea vinului, încă din cele mai vechi timpuri.

De asemenea, faptul că oenologul Stephen Donnelly ni s-a alăturat, încă de la început, a fost unul din momentele de bun augur confirmate în mod constant de calitatea excepțională a vinurilor și de recunoașterea acestora la nivel internațional.

Procesul de reconversie prin care a trecut plantația noastră a fost unul dificil și solicitant, dar finalizat cu succes.

Însă, cea mai mare provocare a fost construirea noului nostru complex de vinificație și stocare, cel mai mare din Dealu Mare și unul dintre cele mai moderne din

VINURI NOBILE ROMANEȘTI

BUDUREASCA





România, care a fost finalizat în anul 2013, prin eforturile unei echipe motivate și dinamice, coordonate de dl. Dumitru Vârgă.

- **Câte produse aveți în portofoliu și care sunt cele mai bine vândute?**

În acest moment, vinurile noastre sunt structurate în opt game. Trei dintre acestea sunt game ce constituie pilonii de bază ai portofoliului nostru, și anume Budureasca Standard (ce cuprinde vinuri preponderent demiseci și este dedicată sectorului retail), Budureasca Premium (care se adresează sectorului HoReCa și reunește doar vinuri seci, parțial maturate la baric și învechite la sticlă) și gama Origini (care este în fapt o colecție de vinuri exclusiviste și unice, în care se adaugă, an de an, cele mai reușite vinuri din producția noastră. Vinurile din această gamă reprezintă o selecție a vârfurilor de calitate din fiecare an și pot fi achiziționate din magazinele specializate de profil, din sectorul HoReCa și prin magazinul nostru online.

Celelalte game sunt de nișă, adaptate anumitor categorii de clienți: Noble este o gamă care va reuni numai cupaje, iar Noble 5 este primul vin lansat din această colecție. Este un cupaj de vin roșu, unic pe piața românească, creat din cinci soiuri nobile de struguri, de unde provine și numele său. Gama Bristena conține vinuri demidulci și se adresează în mod special, dar nu exclusiv segmentului feminin. Gama Exuberant, lansată mai recent, cuprinde trei vinuri special create pentru evenimente. Pentru pieţele externe, am creat gama The Vine in Flames.

Nu în ultimul rând, menționez faptul că în ultimii doi ani, ca măsura de adaptare la cerințele și evoluția pieței, am creat anumite variațiuni pe tema gamei Budureasca standard, respectiv Miniaturi de 187ml și 375 ml, precum și Bag in Box-uri DOC de

doi și trei litri, variațiunile fiind legate strict de ambalaj, vinul având aceeași structură și calitate ca și vinurile la sticlă din gama Budureasca standard.

• **Care sunt premiile și certificările primite până acum de Budureasca?**

Faptul că am atins un număr de peste 130 de medalii de aur, argint și bronz obținute la competiții internaționale vorbește de la sine. Ne referim la concursuri precum: Berlin Wine Trophy, Decanter, International Wine Challenge, International Wine & Spirit Competition, International Wine Contest Bucharest, Mundus Vini, Mondial de Bruxelles, Mondial du Merlot , Syrah du Monde, Premium Select Wine Challenge, Rose du Monde. Cele mai recente medalii de aur sunt cele câștigate anul acesta la competițiile Mondial de Bruxelles, Berlin Wine Trophy și International Wine Contest Bucharest pentru Germania pentru vinurile Cabernet Sauvignon sec 2011 si Tămâioasa Românească demidulce 2011 din gama Origini, Noble 5 sec 2011 din gama Noble, Tămâioasa Românească sec 2013 și Shiraz sec 2012 din gama Budureasca Premium, precum şi Merlot sec 2013 din gama Budureasca Standard.

Acest portofoliu de medalii este certificarea faptului că avem un cuvânt de spus pe piața de profil și constituie un avantaj competitiv strategic în decizia de achiziție a produsului, atât pe plan local, cât şi pe plan extern.

• **De ce este Budureasca o poveste de succes pe piața locală, care sunt diferențiatorii? Ce ar trebui să știe viitorii clienți despre vinurile Budureasca?**



PADUREA - STEJARUL - BUTOIUL - VINUL,
sau lungul drum al stejarului pentru transformarea lui in butoi



Vallach
ROMANIA
Made by
UNICOM WOOD PRODUCTION

BUTOAIE DE STEJAR ROMANESC

PRODUS DE
UNICOM WOOD PRODUCTION SA
145100 Rosiori de Vede , Teleorman - Romania
Telefon: +4021.232.99.18; +40247466636
Telefon mobil: +40 741.122.209
Email: mihaela.czipczer@unicom-group.ro
www.unicom-group.ro



Înainte de toate, considerăm că nu există compromis privind calitatea produsului. Astfel, au fost făcute investiții în viile noastre, în noua cramă, în tehnologie, în marketing și în oameni, în tot ceea ce este necesar pentru a obține vinuri de cea mai înaltă calitate.

În ceea ce privește viile Budureasca, considerăm că un vin bun își are originea în primul rând în vie, în calitatea acesteia. Viile noastre se întind pe 275 hectare, în mare parte replantate și o parte mai mică modernizată în perioada 2010 – 2011. Investiția a fost de 6 milioane de euro, parte din fonduri europene. Deținem atât soiuri românești și anume Fetească Albă, Fetească Regală, Fetească Neagră, Busuioaca de Bohotin, Tămâioasa Românească, precum și soiuri internaționale, cum sunt Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Merlot, Muscat Ottonel, Pinot Gris, Pinot Noir, Riesling, Sauvignon Blanc, Shiraz.

În ceea ce privește noua noastră cramă, este o construcție modernă, cu suprafața construită de 5.200 mp și amprenta la sol de 4.100 mp. Beneficiem de tehnologie de vârf, crama fiind dotată cu echipamente de ultimă generație. Capacitatea de producție și stocare este de 3 milioane de litri anual. La fel ca pentru viile noastre, investiția în cramă a fost de 6 milioane de euro, parțial fonduri europene.

Oamenii sunt resursa cea mai de preț în orice companie, iar noi ne bucurăm de colaborarea cu un vinificator extrem de talentat și experimentat, plantația și capacitatea de producție sunt pe mâna unei echipe care lucrează cu multă dedicație, așa cum menționăm și mai devreme, iar toți cei care formează echipa Budureasca sunt profesioniști care înțeleg și își asumă filosofia, obiectivele și valorile noastre.

Privind produsele, așa cum spuneam, avem peste 130 de medalii obținute la

S.C. ETICHETE FLEXO S.R.L.

Alexandria, Sos. Viilor nr. 2, Jud. Teleorman;
Tel.: 0040-31 416 31 63, 0040-31 416 31 64,
Fax: 0040-21 250 23 00
office@eticheteflexo.ro www.eticheteflexo.ro

FLEXO premium services

REFLECTĂM PERFECT REALITATEA!



SC Etichete Flexo SRL este o societate cu o istorie și experienta de 8 ani în vânzări și consultanță, activând în domeniul Industriei Tipografice și specializată în producția etichetelor autoadezive în rolă.
Cu o importantă concentrare asupra inovației în tehnologia tipografică, optimizează producția și calitatea imprimării pentru a vă oferi un produs cu caracteristici și finisaje superioare.

În procesul tehnologic, **Etichete Flexo** folosește metodele de imprimare flexografică și digitală, întâmpinând astfel nevoile clienților săi în producerea de tiraje mari, mijlocii și mici, cu livrări în timpul cel mai scurt.
Astfel, **Etichete Flexo** realizează următoarele produse:





Imprimarea etichetelor autoadezive în rolă
- etichete de cea mai bună calitate, printate pe orice tip de suport autoadeziv, în opt culori și lăcuire.
- înnobilarea etichetele cu folio aur, argint sau orice altă culoare precum și embossare și serigrafie.



Alte produse și procedee:
- tipar pe verso
- etichete textile
- aplicare glue killer,
- etichete multistrat, bandă continuă
- etichete din carton normal sau termic în rolă
- tichete cu vopsea răzuibilă
- etichete neimprimate
- etichete preț





Tipar digital
- tiraje mici și mijlocii
- etichete personalizate, etichete unicat
- flyere, postere, pliante
- etichete înseriate





competiții internaționale de profil în doar patru ani, fapt ce ne confirmă, încă o dată, un aspect foarte important și anume relația corectă între preț și calitate. Prețurile acestora sunt dimensionate în mod corespunzător în funcție de calitate, dar, de asemenea, și în conformitate cu profilul clientului, nevoile și potențialul de cumpărare.

Flexibilitatea este un alt factor care face diferența, adaptarea politicii de preț și a produsului la schimbările pieței și nevoile consumatorului fiind o condiție pentru succes în ziua de azi și în condițiile pieței actuale.

Totodată, pentru a reuși sunt esențiale relațiile de business dezvoltate cu partenerii, iar în cazul nostru acestea sunt fundamentate pe încredere, profesionalism, comunicare constantă și fairplay. Până la urmă, vinul este un "adeziv social".

- **Care sunt țările în care exportați vinurile Budureasca și ce implică planurile de viitor privind exportul?**

Activitatea de export a început relativ recent la Budureasca, cu aproximativ doi, trei ani în urmă. De altfel, creșterea vânzărilor la export a atras și necesitatea de a avea o gamă dedicată acestui segment. Acesta este motivul pentru care, în acest an, am lansat gama The Vine in Flames care se adresează exclusiv piețelor internaționale și întrunește vinuri seci, parțial maturate la baric și învechite la sticlă.

Până în prezent exportăm către Canada, SUA, China, Japonia, Anglia, Belgia, Polonia, Spania, Marea Britanie și prospectăm în această perioadă, în mod special piețele din Germania, Franța, Olanda, Hong Kong și Coreea. Chiar dacă nu avem o istorie în-

delungată în tranzacționarea la export, cantitatea exportată a crescut de la an la an, iar pentru anul viitor ne propunem să plasăm la extern cel puțin 15% din producție.

• **Când s-a lansat magazinul online? La cât s-a ridicat investiția în acesta și ce rezultate ați avut până acum privind comerțul online?**

Magazinul online Budureasca este recent lansat și a fost conceput pentru a da iubitorilor de vin posibilitatea de a achiziționa online și facil vinurile Budureasca, în special pe cele din gamele Budureasca Premium, Origini sau din gamele de nișă care nu sunt prezente în zona de retail (supermarket-uri). Acest magazin este parte dintr-un proiect mai amplu de regândire și reorganizare a website-ului de prezentare a companiei, care include de puțin timp și o secțiune nouă, dedicată degustărilor organizate la cramă. Costurile nu au fost foarte mari, astfel că satisfacția rezultatelor obținute cu un minim de investiție este cu atât mai mare.

• **Care sunt provocările și oportunitățile pieței de profil?**

În ceea ce privește provocările, piața este în continuă schimbare, iar clientul devine treptat „cunoscător". De aceea este nevoie să menținem calitatea la un nivel înalt în mod constant și să asigurăm continuitatea produselor noastre, să ne construim unicitatea ca expresie a personalității brandului prin cupaje unice pe piață, să surprindem clientul din când în când cu produse noi, să reacționăm rapid și corect la semnalele pieței.





Concurența este foarte strânsă, mai ales pe sectorul mediu și premium, iar multe crame, mai mici nou dezvoltate, oferă vinuri de calitate pe aceste segmente.

Cu 275 hectare vie și aproape 3 milioane de litri capacitate, Budureasca este un producător suficient de mare încât să trebuiască să gestioneze presiunea volumelor și să nu-și permită luxul de a comercializa toată producția numai pe segmentul premium sau către piețele de nișă. Trebuie să căutam și să găsim în permanență soluții pentru a plasa pe piață volume importante la un raport preț - calitate cât mai bun, acționând pe segmente unde piața este foarte concurențială.

Referitor la oportunități, internetul, comunicarea online și social media nu sunt încă suficient exploatate. Totodată, noi piețe străine devin accesibile: ni se deschid noi piețe în creștere, precum Asia, China, Africa unde avem oportunitatea să participăm la târguri de profil. Chiar dacă piața UE este aproape "în întregime rezervată" este o piață mare ce deține aproximativ 70% din consumul de vin la nivel mondial. De asemenea, o altă oportunitate ar fi piața de vin spumant, care se află în creștere la nivel global de câțiva ani.

- **La cât s-a ridicat cifra de afaceri anul trecut și la cât o estimați pentru anul curent?**

Este adevărat că în industria noastră trimestrul IV al anului este unul foarte dinamic și influențează semnificativ rezultatul total anual, de regulă în sens pozitiv. Astfel, în acest moment estimăm că vom închide anul 2014 cu o cifră de afaceri de circa 14 milioane lei. Pentru anul viitor ne propunem o creștere de cel putin 15%, bazându-ne și pe faptul că producția de struguri din această toamnă este una foarte bogată și calitativă pentru Budureasca, chiar dacă la nivel național anul 2014 nu a fost foarte prolific pentru producătorii de vin.


ORIGINI
SHIRAZ
SEC
D.O.C. DEALU MARE
BUDUREASCA


ROSE
ROSE
FUME